

3 1850家企业参与竞争 近四成猫服用的是有机棉

截至2025年11月27日,国内宠物服饰相关企业达1850家,主要分布在一二线城市,产业链包括原材料与辅料、研发制造与品牌运营、渠道与消费等领域,过半企业注册资本在百万元内。

近年来,中国宠物服装的生产体系正经历从“规模化代工”到“智能化智造”的转型,长三角、珠三角、环渤海三大产业集群主导市场,江苏、浙江、广东三省合计占据全国72.6%的生产能力。义乌凭借小商品集散优势构建低成本分销网络,南通依托纺织产业基础形成完整原料供应体系,东莞则以智能化生产设备应用领跑行业。

随着市场发展,行业标准逐步完善,ISO/

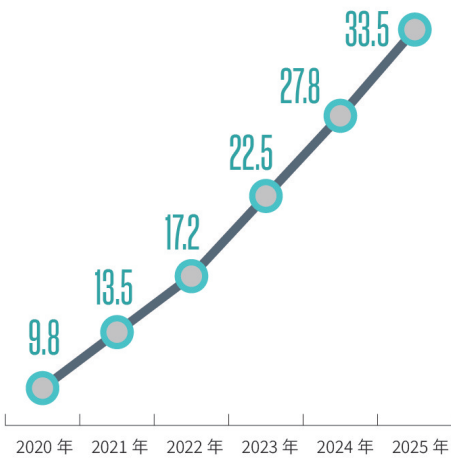
PAS 24008 宠物用品安全新标准正在建立。但现状仍存在挑战,淘系平台数据显示,2024年上半年前十大宠物服饰SKU重复率超40%,产品质量纠纷在消费投诉中的占比达19%。

技术创新与材料升级构筑竞争壁垒。3D量体扫描技术已覆盖45家头部企业,AI设计系统将新款开发周期压缩至传统模式的1/3,区块链溯源系统覆盖率从18%跃升至57%,实现从原料到成品全程质量追溯。

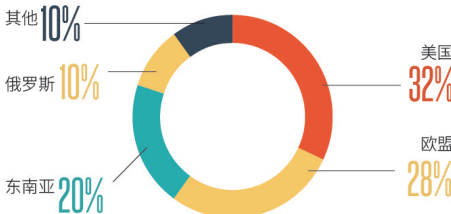
材料方面,功能性与环保性成为研发重点,抗菌抑菌、温控调节面料采购占比超72%,再生聚酯纤维在犬类户外服中的应用率达41%,有机棉在猫服中的使用率提升至38%。

中国宠物服饰出海达 33.5 亿元

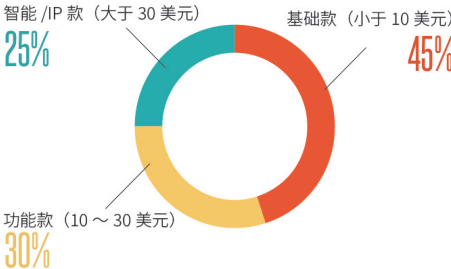
(单位:亿元)



七成发往欧美



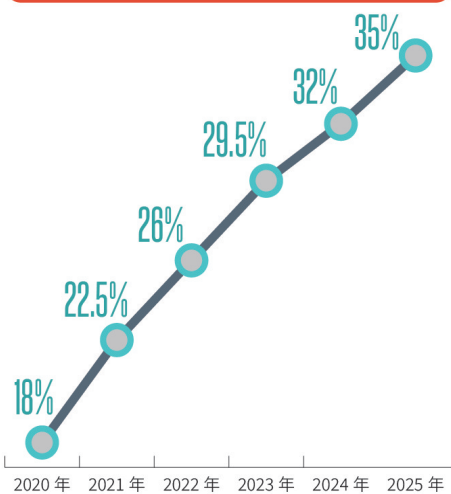
价格带分布均衡



超七成通过跨境 B2C 渠道出海



中国宠物服饰出口额占全球市场 35%



数据来源

阿里巴巴国际贸易站《2024 宠物行业全球贸易趋势分析》
艾媒咨询《2025 中国宠物行业发展报告》《2025 中国宠物消费报告》
艾瑞咨询《2025 年中国宠物消费市场白皮书》《2025 宠物消费人群洞察》
蝉妈妈《2023 宠物消费内容营销趋势报告》
星图数据《2024 年 Q4 宠物用品线上零售监测报告》
欧睿国际与中国宠物行业协会联合调研数据(2024 年)
美国宠物用品协会(APPA)企查查



(请点击“数据”频道)

4 从“中国制造”到“全球爆款” 智能化绿色化加速演进

数据显示,宠物服装已成为中国宠物用品出口的核心增长极,2024年1—8月,中国宠物用品出口量达28.32万吨,同比增长22.1%,其中秋冬季宠物服饰销售额同比增长约35%,增速远超整体外贸平均水平。数据预测,到2027年,宠物服饰出口占比有望突破35%,成为外贸新的增长点。国内下沉市场主打高性价比基础款,而海外新兴市场需要适配当地气候的功能型产品。

全球市场呈现“欧美稳增+新兴爆发”的格局。欧洲是高端需求核心市场,消费者偏好厚实毛衣外套和带反光设计、GPS定位功能的高附加值产品,相关牵引服需求同比上升30%。阿里国际站数据显示,2025年三月新贸节期间,欧洲整体订单量同比增长超45%,法国增速达125%,意大利超60%,西班牙超54%。北美市场注重安全合规,美国CPSIA认证、欧盟REACH法规成为准入门槛,秋冬打底衫、节日主题套装最受欢迎,搜索量同比增长68%。

中东、拉美、东南亚等新兴市场成为“增量蓝海”。中东买家对防晒材质、防沙设计的宠物服饰需求旺盛,沙特订单年增长40%;拉美市场表现尤为亮眼,阿根廷订单同比增长101%,智利增长70%,成为增速最快的区域市场。这些市场的崛起,得益于当地宠物人性化消费升级,为中国厂商提供了新的增长空间。

中国厂商凭借供应链优势抢占全球市场。浙江、广东等地的产业集群能够实现“7—10天从设计到上架”的快速响应,满足海外市场小批量、定制化需求。

中国宠物行业协会秘书长王悦早前在采访中表示,“宠物服装的竞争已从价格战转向价值战,材料安全、设计创新和合规能力是核心竞争力。”

行业机遇与挑战并存,阿里巴巴国际站宠物用品行业负责人李娜表示,“出海不是简单的产品输出,而是供应链、合规体系与本地化运营的综合比拼。”

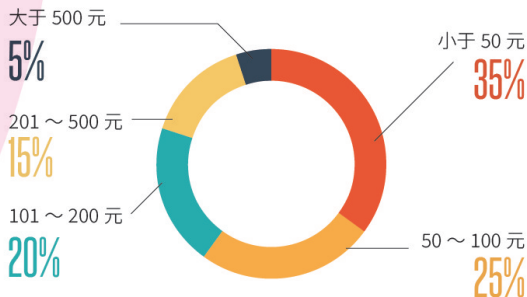
当前行业最大的机遇在于消费升级与全球化红利,但中小厂商面临的同质化竞争、原材料价格波动等问题亟待解决。建议企业加强技术研发,尤其是智能服饰的安全标准制定,同时通过抱团采购降低成本压力。

行业声音认为,展望未来五年,宠物服装行业将呈现四大发展主线。智能化方面,健康监测服饰将成为研发热点,融合温湿度传感器和GPS定位技术的产品市场规模有望突破86亿元,占行业总产值的39%。定制化服务将进一步普及,AI算法将实现宠物体型数据精准匹配。

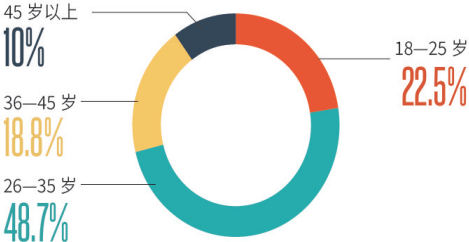
在碳中和背景下,绿色化转型步伐加快。垂直产业链协同创新将深化,原料供应商与制造企业共建的联合实验室将重点攻关纳米涂层防污、仿生学结构设计等前沿技术。

全球化布局将更加深入,企业将从单纯的产品出口转向“供应链+本地化运营”模式,在海外建立保税仓、研发中心,更好地适配不同市场的合规要求与消费偏好。预计到2030年,新兴市场贡献的出口额将占比超40%,与欧美市场并驾齐驱。

六成单价在百元内

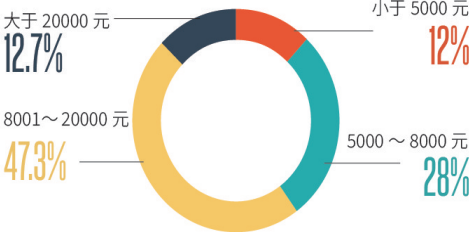


消费者画像

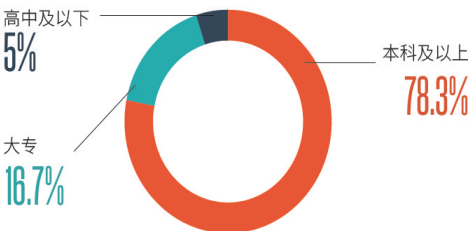


女性 68% 男性 32%

六成月入 8000 元以上



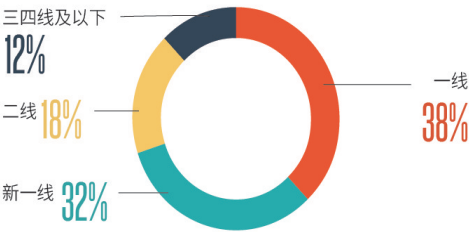
近八成本科及以上学历



超七成在线上渠道购买



七成在一线和新一线城市



消费动机 (多选)

